

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 79р-17/12-04-2017р

о прекращении производства по делу об административном правонарушении

«20» июля 2017 года

г. Киров

Руководитель управления Федеральной антимонопольной службы России по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 79р-17/12-04-2017р от 14.06.2017, составленный в отношении юридического лица- ООО «<...> в связи с нарушением ч. 7 ст. 24 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 12/04-2017р (резольютивная часть решения оглашена 24 апреля 2017 года, в полном объеме решение изготовлено 03 мая 2017 года) признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «Хотите выглядеть <...>, так как она противоречит ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства РФ о рекламе, в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе», Кировским УФАС России было установлено, что в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7Я» № 10 (84/117) октябрь 2016 на 112 странице в разделе «Красота и Здоровье» размещен рекламный модуль следующего содержания: «Хотите выглядеть моложе?. <...>...», которые содержат признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7Я» № 10 (84/117) октябрь 2016 на 112 странице в разделе «Красота и Здоровье», «Хотите выглядеть моложе?. <...>...», адресована неопределенному кругу лиц (читателям журнала), направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (медицинским услугам, оказываемым Центром красоты «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым услугам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных

препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов, которое должно составлять не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Требования статьи 24 Федерального закона «О рекламе» распространяются на рекламу лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий. Соответственно для квалификации нарушения по указанной статье Федерального закона необходимо установить, что объектом рекламирования являются медицинские услуги.

Согласно [п. 46 ч. 1 ст. 12](#) Федерального закона от 04.05.2011 N 99-ФЗ "О лицензировании отдельных видов деятельности" (далее - Закон о лицензировании) медицинская деятельность (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково") подлежит лицензированию.

[Частью 2 ст. 12](#) Закона о лицензировании предусмотрено, что положениями о лицензировании конкретных видов деятельности устанавливаются исчерпывающие перечни выполняемых работ, оказываемых услуг, составляющих лицензируемый вид деятельности.

[Положение](#) о лицензировании медицинской деятельности (за исключением указанной деятельности, осуществляемой медицинскими организациями и другими организациями, входящими в частную систему здравоохранения, на территории инновационного центра "Сколково") утверждено Постановлением Правительства РФ от 16.04.2012 N 291 (далее - Положение о лицензировании).

В соответствии с [п. 3](#) Положения о лицензировании медицинскую деятельность составляют работы (услуги) по перечню согласно [Приложению](#) к Положению о лицензировании.

Услуга: Проведение эпиляции, код услуги А14.01.013 включена в перечень услуг, относящихся к медицинским, утвержденным приказом Минздравсоцразвития РФ от 27.12.2011 № 1664н «Об утверждении номенклатуры медицинских услуг» (далее Приказ № 1664н).

В соответствии с [Приказом](#) № 1664н специальность косметология ([подраздел 008](#) "Дерматовенерология и косметология") включена в класс "В", представляющий тип услуг - комплекс медицинских вмешательств, направленных на профилактику, диагностику и лечение заболеваний, медицинскую реабилитацию и имеющих самостоятельное законченное значение.

ООО «<...>», чьи услуги указаны в спорной рекламе, имеет лицензию на осуществление медицинской деятельности № ЛО-43-01-000959 от 18.01.2012г. на оказание, в том числе следующих работ (услуг) по косметологии.

Таким образом, рекламируемая услуга (проведение эпиляции, код услуги А14.01.013) является медицинской, следовательно, реклама должна сопровождаться предупреждением, установленным ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», в размере не менее чем пять процентов рекламной площади (рекламного пространства).

Кировским УФАС России установлено, что спорный рекламный модуль в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7Я» № 10 (84/117) октябрь 2016 на 112 страниц: «Хотите выглядеть моложе <...>», содержит необходимое предупреждение, но оно составляет менее пяти процентов рекламной площади (рекламного пространства), а именно 3 %, следовательно, информация размещена с нарушением части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

С учетом названных обстоятельств и положений ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», следует признать, что рассматриваемая реклама не отвечает требованиям данного закона.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо).

Согласно договору № 763 от 14 мая 2015г., заявке № 1 (приложение к договору № 763 от 14 мая 2015г.), счету № 594 от 06.07.2016г., акту № 432 от 03.10.2016г., платежному поручению № 207 от 15.09.2016г., рекламодателем спорной рекламы «Хотите выглядеть моложе?. <...>...» является ООО «<...>».

Решением установлено, что ООО «<...>», являясь лицом, определившим объект рекламирования, является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

На основании ч. 5 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг, в том числе методов лечения, а также биологически активных добавок влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

О дате, времени и месте рассмотрения протокола ООО «<...>» уведомлено надлежащим образом (уведомление получено 27.06.2017), явку законного представителя не обеспечило, направило ходатайство, за подписью директора <...>, о рассмотрении протокола в ее отсутствие (вх. № 4971 от 13.07.2017).

Протокол рассмотрен в отсутствие законного представителя ООО «<...>» директора

Согласно ч. 1 ст. 4.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с октября 2016 года (дата размещения рекламной информации в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7Я» № 10 (84/117) октябрь 2016 года).

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «<...>», выразившийся в определении содержания рекламы медицинских услуг: «Хотите выглядеть моложе?. <...>...», размещенной в рекламном ежемесячном издании «Каталог семейных покупок «7Я» № 10 (84/117) октябрь 2016 на 112 странице в разделе «Красота и Здоровье», нарушающей требования ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы медицинских услуг.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия ООО «<...>» по определению содержания рекламы: «Хотите выглядеть моложе? <...>...», в нарушение ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.10 Кодекса РФ об административных правонарушениях юридические лица подлежат административной ответственности за совершение административных

правонарушений в случаях, предусмотренных статьями [раздела II](#) настоящего Кодекса или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.

Субъектом административного правонарушения является рекламодаделец - юридическое лицо ООО «<...>», которое определило рекламу следующего содержания: «Хотите выглядеть моложе?. <...>...».

При установлении субъективной стороны административного правонарушения следует учитывать разъяснения Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 02.06.2004 № 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", а именно: при рассмотрении дел об административных правонарушениях понятие вины юридических лиц раскрывается в [части 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ ([пункт 16.1](#)).

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части [КоАП](#) РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению ([часть 2 статьи 2.1](#) КоАП РФ).

Место совершения административного правонарушения: место размещения спорной рекламы медицинских услуг, рекламное ежемесячное издание «Каталог семейных покупок «7Я» № 10 (84/117) октябрь 2016 года, адрес редакции: г. Киров, Октябрьский проспект, д. 120, время: октябрь 2016.

В ходе рассмотрения дела были исследованы все обстоятельства совершенного нарушения законодательства РФ о рекламе. Факты, изложенные в протоколе № 79р-17/12-04-2017р от 14.06.2017 об административном правонарушении, подтверждаются в полном объеме материалами дела № 12/04-2017р.

В соответствии со ст. 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Согласно п. 2 ч. 1 ст.24.5 КоАП РФ к обстоятельствам, исключающим производство по делу об административном правонарушении относится, в том числе, отсутствие состава административного правонарушения.

Кировским УФАС России установлено, что спорный рекламный модуль ООО «<...>» был согласован посредством электронной переписки с рекламодателем ИП <...> СМИ «Каталог семейных покупок «7Я»», соответствовал требованиям законодательства о рекламе и содержал необходимое предупреждение, которое составляло не менее пяти процентов рекламной площади.

В материалах дела отсутствуют доказательства наличия в действиях ООО «<...>» состава административного правонарушения, а именно его вины в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч. 5 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в связи с тем, что типографией АО «<...>» по выпуску журнала (октябрь 2016) со спорной информацией был допущен брак, в части обрезки полос, содержащих до отправки в печать необходимое предупреждение о наличии противопоказаний в размере 5 процентов площади спорной рекламы.

Учитывая изложенное, настоящее административное дело подлежит прекращению в связи с отсутствием в действиях ООО «<...>» состава административного правонарушения на

основании п. 2 ч. 1 ст.24.5 КоАП РФ.

Руководствуясь ст. 3, ч. 7 ст. 24 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 24.5, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Производство по делу об административном правонарушении в отношении ООО «<...>» (ИНН 4345187759, ОГРН 1074345031628) прекратить в связи с отсутствием в его действиях состава административного правонарушения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Руководитель управления

<...>